

## ～事業等のリスクの早期適用企業の記載状況を分析～

当ディスクロージャー分析レポートでは、2020年3月31日以後に終了する事業年度に係る有価証券報告書(以下、有報)から適用される「事業等のリスク」に関し、2019年から早期適用している企業31社について、記載状況の分析を実施した。

事業等のリスクについては、非財務情報の開示強化を企図して、金融審議会ディスクロージャーワーキング・グループ

報告(DWG報告)において、2019年1月に改正がなされている。

以下が改正の概要である。

【表1：DWG報告改正概要】

	2019年1月改正
適用時期	2020年3月期～(早期適用可能)
改正概要	経営者の視点から重要と考えるものをその重要度に応じて説明 企業固有のリスク、顕在化した際の影響度、リスクへの対応策等の開示が重要 リスクの重要性や経営方針との関連性の程度を考慮

また、2019年3月の記述情報の開示に関する原則においては、リスク管理体制や枠組み、等についても記載することが望ましいとされている。

当レポートでは、2019年から早期適用を行っている31社を対象として、2018年の記載との比較を行い、記載状況の充実度を調査した上で、記述情報充実の観点から、リスク記載の充実に資する事例を紹介する。なお調査に当たっては、X-Searchを利用している。

まず31社のうち、26社が3月末決算企業であり、残りの5社は5月以降の決算企業であった。次に、前年対比でいかに記述情報の強化がなされていたかを見ると、リスク項目の削除ないし追加、記載内容の拡充がなされていたのは18社、早期適用の旨を謳ってはいるも

のほとんど記載が変わっていないのは13社であった。またページ数や細分化項目の個数についても調査を行ったが、ページ数等が増加していた企業は7社、減少していた企業は2社、ほぼ変化なしの企業が22社であった。

以下が調査結果のサマリーである。

【表2：事業等のリスクの記載の前年対比(n=31)】

項目	社数
リスク項目の削除ないし追加、記載内容の拡充	18
特段の変更なし	13

【表3：事業等のリスクの記載ページ数の前年対比(n=31)】

項目	社数
ほとんど変更なし	22
ページ数増加	7
ページ数減少	2

表2の拡充を図った18社のうち、顕在化する時期等を記載していたのは5社であった。そのうち、アクシアルリテイリング(株)については店舗ごとの出店政策のマイナス影響額を具体的金額で示しており、(株)マリオンについては10項目以上のリスク項目全てについて、顕在化する可能性について言及している。また、(株)滋賀銀行については統計手法を用いてリスク量の把握を行っている。

前年度から開示府令を意識して、劇的に記載を変化させている企業が5社未満であることを考えると、2019年1月の改正の中でも、とりわけリスク記載の変更への対応に苦慮している状況が窺える。

この31社中で一般に非財務情報開示が充実しているといわれる統合報告書を発行していたのは7社であるが、(株)日本取引所グループは、統合報告書のリスク管理セクションにおいて、重要リスクとリスクシナリオの紹介を行っていた。

日本のリスク記載は、一般的なリスクの羅列になっている記載が多く、外部環境の変化にもかかわらず数年間記載に変化がなかったり、個社特有のリスクまで踏み込んでいない事例が多く、投資判断に有用ではないといわれている。さらに、有価証券報告書の虚偽記載となるリスクがあるが故に保守的かつ雛形的な記載になっていたと考えられるが、金融庁のパブリックコメントにも示されているように、経営者が経営成績等の状況に重要な影響を与える可能性があることを認識している主要なリスクについて、敢えて記載をしなかった場合には、虚偽記載に該当することもあり得るとされている。

それ故、今後の日本企業には積極開示しないという消極策よりも、重要なリスクを特定するためのプロセス、全社レベルでの協議とブラッシュアップを重ね、真に投資家と対話していく姿勢が求められていこう。もちろん、企業機密につながる情報の開示は避けなければならないが、開示の面でも、会社での議論でも常に経営者目線で積極的にリスクと向き合うことが重要である。決して総務部や顧問弁護士に丸投げすることや、他社事例を真似るものでもない。その不断の見直しが企業価値の向上につながるだろう。

2019年3月の「記述情報の開示に関する原則」をベースとして、適切な開示実務の積上げと不断の見直しが建設的対話に繋がることを念頭に置き、2020年3月期の有報において、経営方針等やMD&Aを含め、記述情報開示が充実していくことを期待したい。

【事例：アクシアルリテイリング(株)】 下線：筆者

#### 出店政策について

出店にあたっては、当社グループのスーパーマーケット店舗を中心とした近隣型ショッピングセンター形態での出店を基本としており、ドミナントを形成しながら出店地域の拡大を図っております。なお、出店の判断にあたっては、地域特性を考慮しつつ、投資回収期間の検討、店舗採算性の検討を重視しており、店舗の統廃合や再配置、改装、移転により経営資源の集中、分散を図り店舗網の整備を行っております。

しかし、経営環境の変化や法的規制、出店地域の確保状況等により出店政策を計画どおり進められなかった場合には、今後の業績に負の影響を与える可能性があり、その程度につきましては、1店舗当たり売上高10億円から30億円程度と認識しております。なお、当該リスクが顕在化する可能性は現時点では認識しておりません。当該リスクへの対応については、出店案件について、特定地域に偏らず安定して確保できるよう努めております。